**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**

 **«Психология рекламы»**

**Цель и задачи дисциплины** «Психология рекламы» является освоение основных психологических закономерностей функционирования рекламы, овладение методами психологического сопровождения рекламы, формирование аксиологического (ценностного) отношения к рекламе как виду социальной коммуникации.

**Задачи дисциплины:**

* усвоение студентами знаний о сущности, видах рекламы, о психологических закономерностях и приемах, используемых в рекламе;
* усвоение студентами знаний о задачах и методах психологического сопровождения рекламы;
* формирование у студентов умений анализировать конкретные рекламные продукты с точки зрения их соответствия психологическим закономерностям;
* формирование у студентов умений квалифицированно использовать современные психологические методы изучения и обеспечения психологической эффективности рекламы;
* развитие у студентов ценностного отношения и социально ответственной позиции в отношении рекламных продуктов.

**Формируемые компетенции и индикаторы их достижения по дисциплине (модулю)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Коды компетенции** | **Содержание компетенций** | **Код и наименование индикатора достижения компетенции** |
| ОПК-6 | способностью организовать совместную деятельность и межличностное взаимодействие субъектов образовательной среды | Знать особенности организации совместной деятельности и межличностного взаимодействия субъектов образовательной среды.Уметь организовать совместную деятельность и межличностное взаимодействие субъектов образовательной среды.Владеть навыками организации совместной деятельности и межличностного взаимодействия субъектов образовательной среды. |
| ПК-26 | способностью осуществлять психологическое просвещение педагогических работников и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития детей | Знать специфику осуществлять психологическое просвещение педагогических работников и родителей (законных представителей) по вопросам особенностей психического развития детей.Уметь осуществлять психологическое просвещение педагогических работников и родителей (законных представителей) по вопросам особенностей психического развития детей.Владеть навыками проведения психологического просвещения педагогических работников и родителей (законных представителей) по вопросам особенностей психического развития детей. |

**Содержание дисциплины**

**Тема 1. Введение в психологию рекламы. Реклама: понятие, функции, цели и виды. История развития рекламы**

Реклама: понятие, цели, функции. Виды рекламы. История развития рекламы. Зарождение рекламы. Реклама в государствах Древнего мира. Реклама в Средние века. Реклама в Новое и Новейшее время. Развитие рекламы в России. Федеральный закон о рекламе. Психотехнология рекламной стратегии.

**Тема 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов: когнитивный, эмоциональный, поведенческий компоненты**

Когнитивные аспекты рекламного воздействия. Эмоциональный аспект рекламного воздействия. Поведенческий компонент рекламного воздействия. Зрительные, слуховые, вкусовые, двигательные, обонятельные, осязательные ощущения. Закон Фехнера.

**Семинарские и практические занятия**

**Тема 1. Введение в психологию рекламы. Реклама: понятие, функции, цели и виды. История развития рекламы**

1. Основные подходы к рекламе.

2. История развития рекламы.

3. Бихевиоризм и его роль в развитии рекламы.

4. Психоанализ и использование его идей в психологии рекламной деятельности.

5. Гештальтпсихология и когнитивизм и их вклад в психологию рекламной деятельности.

**Тема 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов: когнитивный, эмоциональный, поведенческий компоненты**

1. Реклама, основанная на внушении.

2. Реклама, основанная на ассоциациях.

3. Реклама, основанная на мотивационном анализе.

4. Реклама, построенная на социально-психологическом подходе.

5. Реклама, основанная на имидж-стратегии.

**Тема 3. Психология мотивации в рекламе**

1.Установки и стереотипы в рекламной практике.

2.Структура потребностей и мотивы с позиций рекламного дела.

3.Анализ мотивов и его использование в рекламе.

4.Доминанта.

5. Уловки в рекламе.

**Тема 4. Реклама в Интернете**

1. Домашние странички.
2. Корпоративные сайты.
3. Интернет-магазины. Порталы.
4. Цели создания Web-сайта
5. Доходы от продаж. Доходы от рекламы.
6. Доходы от ссылок на другие компании.
7. Принципы создания Web-сайта.
8. Ссылки.
9. Листы стилей.
10. Фреймы.
11. Печать сайтов.